**Pengaruh Sampoerna Ritel Community (SRC) dan Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pada Toko Achika Jaya Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar**

**PROPOSAL**

[](https://mediasuska.com/mengupas-filosofi-visual-dibalik-octagram-logo-uin-suska-riau/)

**DISUSUN OLEH:**

**ANNISA MANDASARI**

**11720524832**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH S1**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NERGI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2020**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Pemasaran barang atau jasa umumnya tidak dapat dikerjakan langsung dari produsen ke konsumen, melainkan harus melalui beberapa perantara yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen yang dikenal dengan sebutan lembaga saluran distribusi (saluran pemasaran). Sebagai mata rantai terakhir dari saluran pemasaran tersebut adalah pengecer (retailer).

Perkembangan dunia bisnis belakangan ini sangat mendukung perkembangan bagi para retailer yang berada di pasar, terutama para retailer besar. Meningkatnya tingkat konsumsi dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri ini semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata retailer yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” (Risch,1991:2)

Menurut Levy dan Weitz (2001:8) “Retailing adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Bangkitnya bisnis ritel, baik ritel besar maupun ritel kecil sebagai arena berbelanja berupa pusat-pusat pertokoan, supermarket, hypermarket, minimarket, department store dan plaza, bermunculan di kota-kota besar dan kota kecil. Hal ini tidak terlepas dari tuntutan masyarakat yang ingin cepat, praktis dan nyaman. Keadaan ini didorong oleh maraknya bisnis baru yang memunculkan ritel besar maupun kecil.

Perkembangan bisnis ritel yang dirasa cukup pesat belakangan ini, terutama untuk ritel modern dalam tiap variasi jenisnya. Perkembangan yang pesat ini juga didasari oleh beberapa faktor pendukung lainnya seperti cukup terbukannya peuang pasar, meningkatnya usaha manufaktur yang akan memasok produknya kepada peritel, dan upaya pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi berbasis ritel. Peritel besar, terutama perusahaan asing yang semakin gencar melakukan ekspansi bisnis di indonesia. Dampaknya adalah peritel modern kecil dan peritel tradisional berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Pertumbuhan yang cepat dari bisnis ritel ini sejalan dengan perubahan baik dari sisi jumlah, konsep, ukuran, sistem dan pengelolaan. Disatu sisi para pebisnis ritel ingin menambahkan tingkat keuntungannya, namun dalam lokasi yang sama akan dihadapkan pada potensi pasar yang relatif tetap. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang kompetitif yang benar bagi tiap pelaku bisnis ritel agar bisa bertahan hidup dan memperoleh keuntungan, sehingga tujuan bisnisnya akan tercapai.

Bisnis ritel di Indonesia sebenarnya terbagi menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Namun seiring berjalannya waktu ritel tradisional sudah banyak ditinggalkan oleh konsumennya. Hal ini disebabkan oleh ritel modern sangat berkembang pesat. Adapun perbedaan antar bisnis ritel tradisional dan modern yaitu dari segi tempat, pemilihan lokasi, sistem pengelolaan, jenis barang yang dijual dan sebagainya.

Bisnis ritel di Indonesia makin hari dirasakan semakin ramai dan persaingannya semakin menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Namun, hal ini tidak menjadi halangan bagi para pengusaha ritel untuk terus membuka outletnya salah satunya yaitu Sampoerna Ritel Community (SRC). SRC adalah toko kelontong masa kini bergabung dalam program kemitraan sampoerna yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha yang berkelanjutan. Program ini diluncurkan oleh sampoerna untuk membantu UKM toko kelontong untuk bisa bersaing. Dan dalam program ini juga akan diberitahu cara mengelola toko yang benar dan mengikuti perkembangan zaman. pada tahun 2008 awalnya SRC ini hanya tersebar 57 toko di Medan dan pada 2018 sudah tersebar 105.000 toko yang tersebar di seluruh Indonesia.

Di kecamatan Kampar khususnya di Desa Simpang Kubu setidaknya ada 3 toko kelontong yang bergabung dengan SRC, salah satunya yaitu toko Achika Jaya. Toko achika jaya telah berdiri sejak tahun 2014 dan bergabung dengan SRC sejak tahun 2017.

Berikut merupakan jumlah pendapatan toko achika jaya

**DATA PENGHASILAN TOKO ACHIKA JAYA**

**TAHUN 2014 – 2019**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **TAHUN** | **PENDAPATAN** |
| 1 | 2014 | Rp 63.030.000 |
| 2 | 2015 | Rp 67.150.000 |
| 3 | 2016 | Rp 61. 580.400 |
| 4 | 2017 | Rp 65.740.000 |
| 5 | 2018 | Rp 84.900.000 |
| 6 | 2019 | Rp 97.340.000 |

Dari tabel diatas, bahwa telah terjadi peningkatan yang signifikan dari tahun 2017 sampai 2019. Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap toko Achika Jaya dengan judul :”**Pengaruh Sampoerna Ritel Community (SRC) dan Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pada Toko Achika Jaya Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar”.**

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah SRC berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pada Mini Market Achika Jaya ?
2. Bagaimana peran SRC terhadap Mini Market Achika Jaya ?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pada Mini Market Achika Jaya ?
   1. **Tujuan Penelitian**
4. Mengetahui dan menganalisa apakah SRC berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pada Mini Market Achika Jaya .
5. Mengetahui dan menganalisa peran SRC pada Mini Market Cahaya Achika Jaya.
   1. **Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai informasi bagi perusahaan (mini market Achika Jaya).
2. Sebagai penerapan ilmu yang diperoleh penulis selama di bangku perkuliahan.
3. Sebagai salah satu syarat penyelesaian studi di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
   1. **Sistematika Penulisan**

Guna mempermudah penyusunan dan pembahasan proposal, maka dapat disajikan kedalam enam bab, dimana masing-masing bab dibagi atas sub-sub dengan sistematika sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan pemanfaatan penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini menguraikan beberapa landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang dijadikan penelitian serta menguraikan hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan dan analisa data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini menguraikan gambaran umum dan sejarah singkat perusahaan serta struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berupa analisa berdasarkan variabel-variabel penelitian yang ada berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan kepada responden dan dikaitkan denga teori-teori yang telah dijelaskan.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang mengemukakan kesimpulan dari pembahasan bab sebelumnya dan juga mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan sebatas kemampuan peneliti.